

# 令和元年度 地方創生交付金活用事業 担当課による一次事業評価シート

## 令和元年度 地方創生交付金活用事業一覧

事業NO.	事業名	
1	諏訪湖を活用した「エンジョイ」「ヘルスアップ」「カムバック」プロジェクト	下諏訪町単独
	<p>諏訪湖を活用し、「エンジョイ」できるボートやカヌー等の各種体験プログラムを整備・構築し、諏訪湖自体を目的とした観光振興を図る。諏訪湖で「ヘルスアップ」できるように、諏訪湖周辺の健康スポーツゾーンの器具の活用や、ボートやカヌーを取り入れた健康スポーツ教室を開催する。諏訪地域に「カムバック」してもらえるよう、諏訪湖での水上スポーツをはじめとした各種スポーツを続ける希望のある学生や、地域外の指導者への就職支援を行い、地域人材を確保し、地域の活力を高める。</p>	
2	新しい価値を創造するリノベーション・クラフトタウン事業	下諏訪町単独
	<p>町が平成28年度に取得したホシメバ(旧労災リハビリテーション長野作業所)において、既存の建物を活用するため、リノベーション事業者と連携しながら、首都圏を中心とした県外者や地域住民、地元企業との協働による古材等を活用したアップサイクルによるリノベーションを実施し、しごと創生拠点施設として整備した。また、今後の用途変更を見越したホシメバの活用計画を作成した。</p>	
3	諏訪圏6市町村によるSUWAブランド創造事業	広域連携
	<p>諏訪圏6市町村が広域で一体となり、諏訪地域の基幹産業である製造業の創生・再生を図り、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む経済の好循環を確立する。</p> <p>具体的には、諏訪地域の強みである高度な精密加工技術と恵まれた自然環境を活用して、成長産業等の高付加価値な事業分野への進出を図り、所得水準の高い仕事の獲得と諏訪地域のブランド化を実現することにより、産業の振興と質の高い雇用の増加を目指す。</p>	
4	「諏訪の国」ブランド展開と観光推進組織基盤創生事業	広域連携
	<p>平成28年度に地方創生加速化交付金を活用し、諏訪6市町村の観光地域ブランド「諏訪の国」を確立。主にブランドロゴ、ブランドイメージを整備した。</p> <p>「諏訪の国」ブランドを基に観光素材の磨き上げによるブランド定着と、土産物、食等へのブランド展開を図ると共に、これらを継続的に推進するために、日本版DMOを念頭に置いた核となる組織の基盤整備を行うことで、主力産業である観光産業の促進を通して産業間連携を促し、雇用、移住希望者等の増加に繋げ、地域活力の底上げを図る。</p>	
5	下諏訪町「諏訪湖活用拠点」施設整備計画	下諏訪町単独
	<p>諏訪湖でできるボートやカヌー等の体験型観光プログラムを扱う上での拠点となる施設を整備する。</p> <p>【整備後は下記の事業を行う予定】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>観光面での活用 <ul style="list-style-type: none"> <li>体験プログラムを販売、「遊べる観光地」としての地域のブランド力の向上、イベントの誘致と開催による交流人口の拡大等</li> </ul> </li> <li>健康面での活用 <ul style="list-style-type: none"> <li>各種運動プログラムの開催による地域住民の健康寿命の延伸</li> </ul> </li> <li>防災面での活用 <ul style="list-style-type: none"> <li>湖上を船で物資や人を搬送するための水上防災拠点として機能を併せ持つ施設としての活用</li> </ul> </li> </ol>	

事業名	諏訪湖を活用した「エンジョイ」「ヘルスアップ」「カムバック」プロジェクト						
担当課	教育こども課スポーツ振興係	連携自治体	下諏訪町単独事業				
事業の概要・目的	諏訪湖を活用し、「エンジョイ」できるボートやカヌー等の各種体験プログラムを整備・構築し、観光客や地元住民に販売することで諏訪湖に親しむ機会を増やすとともに、諏訪湖自体を目的とした観光振興を図る。また、スポーツ合宿、大会、イベントの開催・誘致することで地域経済効果を高める。 諏訪湖で「ヘルスアップ」できるように、諏訪湖周辺の健康スポーツゾーンの器具の活用や、ボートやカヌーを取り入れた健康スポーツ教室を開催する。地元住民だけでなく、観光客にも提供しヘルスツーリズム事業として経済効果をさらに高める。 諏訪地域に「カムバック」してもらえるよう、高校や大学卒業後も諏訪湖での水上スポーツをはじめとした各種スポーツを続ける希望のある学生や、地域外の指導者への就職支援を行い、地域人材を確保し、地域の活力を高める。						
総事業費 ※交付金以外含	4,220,562円	交付金決定額	2,130,000円	交付金充当額 (交付金確定額)	2,110,281円		
経費内容	諏訪湖を活用した体験プログラム、大会・合宿・イベント等誘致事業		2,067,414円				
	諏訪湖を活用した健康スポーツ教室事業		2,148,148円				
	トップアスリート就職支援による地域の新たな担い手育成事業		5,000円				
	合計		4,220,562円				
総合戦略での位置付け	基本目標	多様な人材が交流しながら、町の資源や価値などの魅力を創造し、ビジョンを共有することで、人口の社会増への転換を実現する【人の流れ】					
	施策	町の魅力を活かした過ごし方やできることの発信					
	重要業績評価指標(KPI)	観光消費額					
	実績値 R2年度目標値18.7億円	H26年度(基準値) 28億円	H27年度 28億円	H28年度 53億円	H29年度 20億円	H30年度 17億円	R1年度 16.7億円

事業詳細	
諏訪湖を活用した体験プログラム、大会・合宿・イベント等誘致事業	
① 目的・内容	市場に合う体験プログラムの商品化を目指すとともに、より具体的なターゲットにアプローチを行うことで大会・合宿・イベント等の誘致につなげる。
① 実施状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>第42回信毎諏訪湖レガッタ宿泊・配食手配(2/23~4/1) 宿泊117人・延べ213泊、配食24食</li> <li>諏訪湖でカヌー体験会 7/24下諏訪町漕艇場、参加者27人</li> <li>ボートを使った社員研修プログラムの開発 ①5/8町・諏訪信金 36人、②5/30NPOものづくり推進機構 40人、③地元企業の人事担当者・観光事業者 12人 12月から2月にかけて、検証会(3回)開催</li> </ul>
① 効果・成果	前年度の活動から、健康を売りにしたヘルスツーリズムでの誘客は難しそうだということが見えてきており、「ボート」と「研修」を結び付けた誘客→商品開発が現実的であるとの観点から、今年度は3回ほど実際の研修プログラムと、前年度に引き続き諏訪湖でのカヌー体験会を実施したが、一定程度の需要はありそうだという手応えを得ることはできたので、次年度以降、商品化するためのプログラムの成熟化が課題となった。
諏訪湖を活用した健康スポーツ教室事業、ヘルスツーリズム事業	
② 目的・内容	町民を主対象とした教室の充実と他団体と連携して、より健康増進につながるプログラムを個々に提供していく。
② 実施状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>諏訪湖を活用した健康増進「ヘルスアップ」事業 委託先:㈱フクシ・エンタープライズ南信営業所 10/2~12/18 全12回+1/8~2/5追加講座5回 参加者24人</li> <li>インターバル速歩事業・携帯アプリ開発 委託先:NPO熟年体育大学リサーチセンター(信州大学) 7/17~12/7 講座全2回、参加者12人</li> </ul>
② 効果・成果	前年度に引き続き、公募による事業者の講座と、連携先のNPOによる2種類の講座を開催したが、健康や運動に対する一定の需要はあり、参加者の参加意欲も高いため、高い出席率で開催することができたが、「歩く」=「年配の人のやること」というイメージが付いてしまっている部分も出てきており、対象者の明確化と、20歳代~40歳代がどんな健康づくりや運動の方法に興味や意欲をもっているか、さらに分析していく課題も見えた。
トップアスリート就職支援による地域の新たな担い手育成事業	
③ 目的・内容	継続的な企業経営者への働きかけと競技団体や県外の大学へのPR活動を行いながら起業・学生双方への情報発信を行う。
③ 実施状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>諏訪地域年末企業研究会における学生支援 12/27 参加学生数5人</li> <li>個別企業訪問 2/5 RAKO華乃井ホテル 参加者27人</li> <li>企業と学生の意見交換会及び諏訪地域企業研究会in新宿 2/18</li> </ul>
③ 効果・成果	諏訪地域でスポーツを続けながら就業したい学生のニーズに対し、企業側の意欲がそこまでないことを踏まえた上での意見交換会を中心に活動を行ったが、中にはスポーツを継続したい学生の採用に前向きな企業もあり、まずはそうした企業側への働きかけや仕組みづくりが必要であることが見えてきた。ただ、年明け以降、新型コロナウイルスの感染拡大が起き、今後の就職活動や企業の求人に影響が出ることが心配される。

本事業における重要業績評価指標(KPI)	R1目標値	R1事業終了時実績値	達成状況	状況の説明(未達成、実績値なしの場合、その理由)
諏訪湖を活用した体験プログラム及び健康スポーツ教室の参加者数(人)	1,000人/年	533人/年	未達成	一般的な観光客から企業の研修など限られた分野の誘客へと転換したため、人数は伸び悩んだ。
諏訪湖を活用した体験プログラム及び健康スポーツ教室の開催による滞在時間の拡大(分)	90分/人	270分/人	達成	県外からのモニター体験参加者があり、プログラム開催の研修と合わせて滞在時間が伸びた。
諏訪湖を活用した体験プログラム及び健康スポーツ教室の開催による消費額の拡大(円)	559万円/年	272.3万円	未達成	企業研修だと、終了後にそのまま戻って仕事といったパターンも考えられ、消費額につながったかは不明。
諏訪湖を活かした新たな「まちづくり」の担い手の育成(人)	2人/年	1人/年	未達成	長野県アスリート就職支援事業により1人の就職者があったが、まだまだ企業側の理解を深める必要がある。

事業効果	③地方創生に効果があった
理由	初年度に見えた方向性をもとに2年目の事業を実施し、概ね方向性として合っているのではないかと感じる事ができました。ただ、これらの事業実施には民の協力者の存在が不可欠であり、行政や需要者の都合だけで事業の実施はできないため、これらの方の理解や協力体制もさらに構築していく必要がある。

<事業効果>

- ①地方創生に非常に効果的であった 例:全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合
- ②地方創生に相当程度効果があった 例:一部のKPIが目標値に達成しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合
- ③地方創生に効果があった 例:KPI達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合
- ④地方創生に対して効果がなかった 例:KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言えないような場合

今後の方針	①事業の継続(計画通りに事業を継続する)
今後の方針の内容(発展や改善、見直しの具体的な内容)	2年目の事業内容で得た手応えをもとに、3年目の事業では、改善を図ったプログラムの実施や企業への働きかけなど、この方向で行くというのをしっかりと決めて事業を継続する。ただし、新型コロナウイルス感染拡大の影響が心配され、いずれにしても「人が集まる」事業内容であることから、状況を注視しつつ事業実施していく。

<今後の方針>

- ①事業の継続(計画通りに事業を継続する)
- ②事業の発展(事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる)
- ③事業の改善(事業の効果が不十分であったことから見直し(改善)を行う(または、行った))
- ④事業の中止(継続的な事業実施を予定していたが中止する(または、した))
- ⑤事業の終了(当初予定通り事業を終了する(または、した))

外部有識者からの評価	本事業は総合戦略の重要業績評価指標(KPI)達成に <b>有効であった</b> / 有効とはいえない
外部有識者からの意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・体験プログラムの主事業をジョギング等に変更し、気軽に参加できるようにするとよい。</li> <li>・楽しく運動して食べて交流するような健康的な時間を楽しめる仕組み等を作れると良い。</li> <li>・魅力的な大会やイベントを計画することが効果的。</li> <li>・ボートの研修プログラムは面白い企画だと思うので、プログラムを商品化するとよい。</li> </ul>

# 事業No. 1 諏訪湖を活用した「エンジョイ」「ヘルスアップ」「カムバック」プロジェクト (町単独事業)



(カヌー体験会の様子)



(インターバル速歩講座)



(ボート競技を通じた新入社員研修)



(諏訪地域企業への就職支援)

事業名	新しい価値を創造するリノベーション・クラフトタウン事業						
担当課	産業振興課移住定住促進室	連携自治体	下諏訪町単独事業				
事業の概要・目的	町が28年度に取得したホシメバ(旧労災リハビリテーション長野作業所)において、既存の建物を活用するため、リノベーション事業者と連携しながら、首都圏を中心とした県外者や地域住民、地元企業との協働によるリノベーションを実施し、しごと創生拠点施設として整備した。また、今後の施設の利活用に向けた建物の現況調査を実施し、基本設計図書及び建物用途変更に関する資料を作成した。						
総事業費 ※交付金以外含	11,828,979円	交付金決定額	7,005,000円	交付金充当額 (交付金確定額)	5,914,489円		
経費内容	ライフコミュニティエリアリノベーション事業	3,459,019円					
	建築物現況調査	3,740,000円					
	建築設計・施工管理費用	480,600円					
	下地工事等	4,149,360円					
	合計	11,828,979円					
総合戦略での位置付け	基本目標	多様な人材が交流しながら、町の資源や価値などの魅力を創造し、ビジョンを共有することで、人口の社会増への転換を実現する【人の流れ】					
	施策	移住予備軍に対するきめ細やかな支援(移住・定住)					
	重要業績評価指標(KPI)	町での移住相談件数					
	実績値 R2年度目標値 80件	H26年度(基準値)	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
	14件	12件	71件	108件	118件	131件	

事業詳細							
ライフコミュニティエリアリノベーション事業							
①	目的・内容	寮棟2階部分の入居者募集を行い、入居者の希望に合わせた空間づくりを行う。リノベーションの専門家を講師に招き、地域及び首都圏の参加者を募り、交流創出事業を促進するとともに、貸し出すための事業を実施する。					
	実施状況	6月より募集を開始し、4組5名の新たな入居者が決定。個々の希望に合わせた空間づくりのため、入居者向けの設計ワークショップを実施。リノベーション実施にあたっては入居者に資材を支給し(20万円分)、専門家を講師に迎え、首都圏をはじめとする町内外の参加者を募り、4日間のワークショップを開催した。 なお、改修した寮棟2階は10月1日より供用を開始した。					
	効果・成果	4日間開催したリノベーションワークショップでは、町内外より延べ62名が参加。木工や塗装など、専門家の指導のもと作業を行い、参加者のリノベーションスキルの向上にもつながった。新たな入居者と協力して空間づくりを行ったことにより、顔の見える関係ができ、入居者と地元住民を含む町内外の参加者との交流が生まれた。 また、自分のスタイルに合わせてセルフリノベーションができることから、4部屋の募集に対して起業希望者やクラフト制作者等8組の応募があった。					
建築物現況調査							
②	目的・内容	土地の用途地域変更を見越したホシメバの建物を活用するための詳細調査を実施し、今後の施設活用方法のベースを作る。					
	実施状況	事業者への委託により、ホシメバ本館、体育館、寮室等について建物の安全性、機械設備・電気設備の状況等調査を実施した。また、基本設計図書及び建物の用途変更に関する資料の作成を行った。					
	効果・成果	ホシメバの活用方法検討にあたり、耐震基準を満たさない本館及び体育館については閉鎖し使用しないこととした場合、寮室については建物や設備等を改修する必要はあるが、事務所または店舗・事務所等に用途変更することが可能。					

本事業における重要業績評価指標(KPI)	R1目標値	R1事業終了時実績値	達成状況	状況の説明(未達成、実績値なしの場合、その理由)
本事業を通じてリノベーション・クラフト制作を学び、町内に移住した起業者(人)	R1年度末累計9人	7人	未達成	ホシスメバの新たな入居者3名が移住。下諏訪町に好感を持っていただいているが、移住に至るまでには期間が必要。また移住はしないが関係人口として町とつながってくれている方も増えている。
空き店舗(空き家)を活用したリノベーション事業件数(件)	R1年度末累計5件	10件	達成	H29 5件 H30 2件 R1 3件
クラフト製品を製作、販売するクラフトプロダクト数(個)	R1年度末累計13個	2個	未達成	当地は、クラフト製品製作の前段階として、建物のリノベーション技術を学ぶ場であるが、R1年度に新たに入居した4名のうち2名が、ホシスメバで製作したクラフト製品を、インターネット等を利用して販売を行っている。いずれも小商いであるが、今後の事業進捗に合わせてクラフト製品の製作等を支援するプログラムも開催していきたい。

事業効果	③地方創生に効果があった
理由	新たなメンバーの入居に併せて実施したリノベーションワークショップでは、地元の方を含め、県内外の方にご参加いただき、交流の場としての機能が定着してきていると感じた。また、ホシスメバにクラフト製品を製作する入居者が増えたことにより、ホシスメバを通じて新たなつながりも生まれている。

<事業効果>

- ①地方創生に非常に効果的であった 例:全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合  
 ②地方創生に相当程度効果があった 例:一部のKPIが目標値に達成しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合  
 ③地方創生に効果があった 例:KPI達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合  
 ④地方創生に対して効果がなかった 例:KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言えないような場合

今後の方針	⑤事業の終了(当初予定通り事業を終了する(または、した))
今後の方針の内容(発展や改善、見直しの具体的な内容)	昨年度で本事業は終了となったが、ホシスメバを今後も引き続き町内での活躍を目指す移住者等の起業・創業、交流の場としての機能を向上し、充実させるため、起業・創業支援プログラムを実施するとともに、活用の幅を広げるための改修工事を行う必要がある。

<今後の方針>

- ①事業の継続(計画通りに事業を継続する)  
 ②事業の発展(事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる)  
 ③事業の改善(事業の効果が不十分であったことから見直し(改善)を行う(または、行った))  
 ④事業の中止(継続的な事業実施を予定していたが中止する(または、した))  
 ⑤事業の終了(当初予定通り事業を終了する(または、した))

外部有識者からの評価	本事業は総合戦略の重要業績評価指標(KPI)達成に 有効であった / 有効とはいえない
外部有識者からの意見	・ホシスメバの整備事業として評価できる。安心して移住できる長期的なサポートが必要。 ・有効であったと思う。PRや事業内容を多方向から見直すことで更なる有効性が望める。 ・実績値がホシスメバの運用開始とともに増加しており、当初の目的等実行が図れた。 ・人口の社会増につながるレベルには達していない。

## 事業No. 2 新しい価値を創造するリノベーション・クラフトタウン事業 (町単独事業)



(リノベーション作業の様子)



(古材を活用したリノベーション)



(イベントの様子)



(将来のホシメバ活用イメージ図)

事業名	諏訪圏6市町村によるSUWAブランド創造事業						
担当課	産業振興課商工係	連携自治体	岡谷市、諏訪市、茅野市、富士見町、原村				
事業の概要・目的	<p>諏訪圏6市町村が広域で一体となり、諏訪地域の基幹産業である製造業の創生・再生を図り、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む経済の好循環を確立する。</p> <p>具体的には、諏訪地域の強みである高度な精密加工技術と恵まれた自然環境を活用して、成長産業等の高付加価値な事業分野への進出を図り、所得水準の高い仕事の獲得と諏訪地域のブランド化を実現することにより、産業の振興と質の高い雇用の増加を目指す。(産業の縮小と人口の減少を克服)</p>						
総事業費 ※交付金以外含	2,586,000円	交付金決定額	1,293,000円	交付金充当額 (交付金確定額)	1,293,000円		
経費内容	諏訪圏6市町村によるSUWAブランド創造事業(負担金) 2,586,000円						
	合計 2,586,000円						
総合戦略での位置付け	基本目標	地域の資源を活かし、誰もが働きやすい環境をつくることによって、就労機会の増加をめざす【雇用】					
	施策	新しい市場を作る					
	重要業績評価指標(KPI)	新規分野製品市販化件数					
	実績値 R2年度目標値 2件	H26年度(基準値) 2件	H27年度 0件	H28年度 1件	H29年度 1件	H30年度 0件	R1年度 0件

事業詳細							
①	諏訪地域のものづくり技術を生かした新事業進出支援 ①小型ロケット制作を通じたものづくり技術の高度化と人材育成						
	目的・内容	CFRP等の新素材の加工・金属との接合技術を確立し、新たな仕事を確保していく。					
	実施状況	ロケットの筐体材料(CFRP、CFRTP等)の成形技術等をテーマとする「構造機構、地上設備班」、小型ロケットのエンジン開発をテーマとする「燃焼班」に分かれて教育研究を実施するとともに人材育成を行った。					
効果・成果	令和元年度については、5年計画の最終年ということもあり今までの集大成として諏訪湖にてハイブリッドロケットの打上げを行った。目標として掲げていた「諏訪湖での安全な打上げ、安全に回収を行うための運用システムの構築」、「2段階パラシュートによる安全な着水システムの確認」は達成され、成果を確認できた。						
②	諏訪地域のものづくり技術を生かした新事業進出支援 ②医療・ヘルスケア機器分野への参入に向けた人材育成						
	目的・内容	これまで培ってきた高度な精密加工技術をさらに成長・発展させることによる医療機器等の成長産業への参入促進					
	実施状況	次世代産業の人材育成を図るため、医療・ヘルスケア機器関連のアドバイザー・コーディネーターの配置、各種協力機関との情報交換会、諏訪圏企業ニーズマッチング、個別企業支援・指導、パイオデザイン・総合戦略検討、新革新テーマプロジェクトにおけるKモニターの開発、講演会・勉強会、各種展示会への参加及び展示会視察などを行った。					
効果・成果	開発支援活動において、開発した一部の製品がモダンホスピタル賞の準グランプリを獲得(受賞は3年連続3回目)したほか、単に講演会や勉強会等の座学だけではなく、企業が求める真のニーズ獲得や、開発した製品を実際に販売まで持ち込むといった多角的な人材育成を行うことができており、成果がうかがえる。						
③	工業と商業等が一体となった「SUWAブランド」の確立 ①域内ものづくり企業製品の出張展示・商談会の開催						
	目的・内容	高度な精密加工技術の情報発信による成長産業等の新規受注確保、域外人材の呼び込み					
	実施状況	「新技術・新工法展示商談会inDAIHATSU」を開催した。					
効果・成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>来場者数:228人、出展状況:42社(44事業所)</li> <li>「商談成立件数」0件、「見積り・図面検討依頼件数」2件、「後日訪問件数」20件</li> </ul>						



本事業における重要業績評価指標(KPI)	R1目標値	R1事業終了時実績値	達成状況	状況の説明(未達成、実績値なしの場合、その理由)
新技術・新製品等開発件数(件)	50件/年	23件/年	未達成	慢性的な人手不足により、現在行っている生産等に時間がかかり、開発にまで手がまわらないため。
人材育成関連事業への参加人数(人)	947人/年	359人/年	未達成	新型コロナウイルスの響により開催できなかった講演会等があった。
展示会・商談会における商談成立件数(件)	55件/年	22件/年	未達成	企業間のニーズが上手くかみ合わず、見積依頼等はあったが、商談成立まで至っていない。
製造品出荷額等(平成31年度)(億円)	7,200億円	6,104億円	未達成	企業は好調であるが、材料高騰や人員不足が影響している。

事業効果	③地方創生に効果があった
理由	KPIにおいては全項目で未達成ではあるが、次のような成果が見られる。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・小型ロケット製作については、諏訪湖にて行われた打上げ実験の結果、目標としていた「安全な打上げ」にも成功し、また、中学校において報告会・座談会を行ったり小中学生に対してモデルロケットワークショップを行うなど次世代の人材育成も行っている。</li> <li>・医療・ヘルスケア分野では、講演会や勉強会だけでなく実地指導による人材育成も行い、多角的に企業の人材育成につなげることができ、成果が見え始めている。</li> <li>・工業と商業等が一体となった「SUWAブランド」の確立では、「新技術・新工法展示商談会 in DAIHATSU」において、商談成立となったものはなかったが、大手企業に対し諏訪圏の技術力(難加工や切削技術など)を実際に見てもらい、知ってもらうことによって今後の受発注獲得につなげることができる。</li> </ul>

<事業効果>

- ①地方創生に非常に効果的であった 例:全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合
- ②地方創生に相当程度効果があった 例:一部のKPIが目標値に達成しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合
- ③地方創生に効果があった 例:KPI達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合
- ④地方創生に対して効果がなかった 例:KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言えないような場合

今後の方針	⑤事業の終了(当初予定通り事業を終了する(または、した))
今後の方針の内容(発展や改善、見直しの具体的な内容)	昨年度までの「SUWAブランド創造事業」は終了となったが、新たに「若年層を対象としたSUWAブランドを活かしたものづくり機会の創出/域内ものづくり企業への就職促進」等を組み込んだ「モノづくり集積地SUWAのヒトづくりプロジェクト(SUWAモノ・ヒトプロジェクト)」として新たに事業を行っていく。

<今後の方針>

- ①事業の継続(計画通りに事業を継続する)
- ②事業の発展(事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる)
- ③事業の改善(事業の効果が不十分であったことから見直し(改善)を行う(または、行った))
- ④事業の中止(継続的な事業実施を予定していたが中止する(または、した))
- ⑤事業の終了(当初予定通り事業を終了する(または、した))

外部有識者からの評価	本事業は総合戦略の重要業績評価指標(KPI)達成に 有効であった / 有効とはいえない
外部有識者からの意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ロケットではなく、諏訪の地勢や風土に合ったテーマを選定して取り組んでほしい。</li> <li>・子ども達に夢を与えられる事業を継続して欲しい(ロケット関連等)。</li> <li>・新しい事業に引き継ぎ、継続性をもって展開されることに期待。</li> <li>・医療・ヘルスケア機器分野は人材育成や将来的な地域産業化に向けた成果があった。</li> </ul>

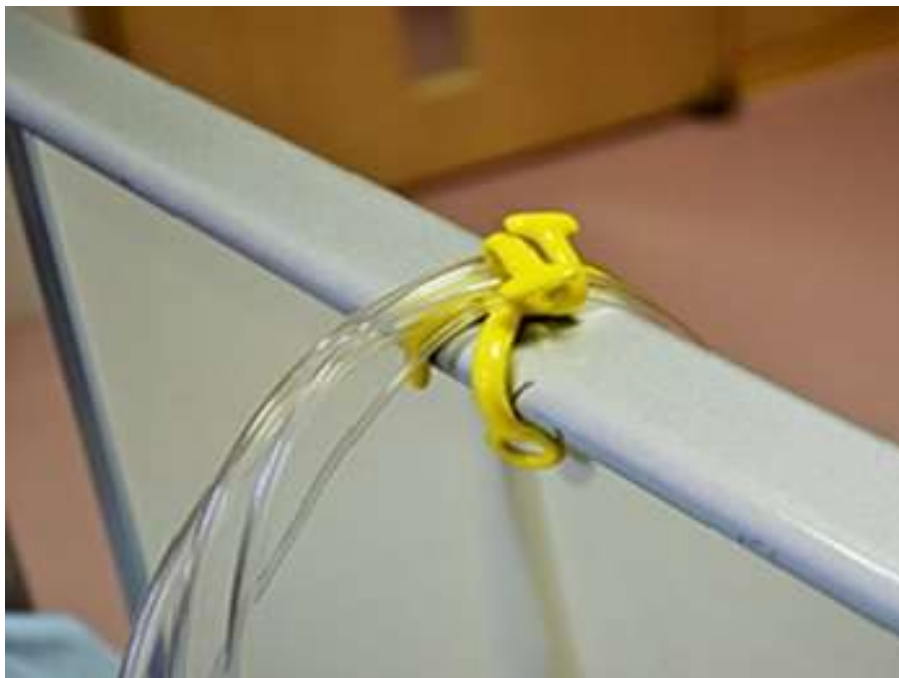
### 事業No. 3 諏訪圏6市町村によるSUWAブランド創造事業（広域連携事業）



(小型ロケット制作を通じた人材育成：諏訪湖でのロケットの打上)



(小型ロケット制作を通じた人材育成：モデルロケット教室)



(アイデアコンテストで準グランプリを受賞した「まとめるヒトデ君」)



(展示商談会の様子)

事業名	「諏訪の国」ブランド展開と観光推進組織基盤創生事業						
担当課	産業振興課観光係	連携自治体	諏訪市、茅野市、岡谷市、富士見町、原村				
事業の概要・目的	平成28年度に地方創生加速化交付金を活用し、諏訪地方観光連盟として、諏訪6市町村の共通項である御柱祭の知名度活用により、エリアに散在する諏訪湖、八ヶ岳といった豊富な資源を背景に、「御柱祭、諏訪信仰」といった地域伝統文化に裏打ちされた観光地域ブランド「諏訪の国」を確立。主にブランドロゴ、ブランドイメージを整備。 今後、「諏訪の国」ブランドを基に観光素材の磨き上げによるブランド定着と、土産物、食等へのブランド展開を図ると共に、これらを継続的に推進するために、日本版DMOを念頭に置いた核となる組織基盤を行うことで、主力産業である観光産業促進を通して産業間連携を促し、雇用、移住希望者等の増に繋げ、地域活力の底上げを図る。						
総事業費 ※交付金以外含	2,190,000円	交付金決定額	1,095,000円	交付金充当額 (交付金確定額)	1,095,000円		
経費内容	「諏訪の国」ブランド展開と観光推進組織基盤創生事業(負担金) 2,190,000円						
	合計 2,190,000円						
総合戦略での位置付け	基本目標	多様な人材が交流しながら、町の資源や価値などの魅力を創造し、ビジョンを共有することで、人口の社会増への転換を実現する【人の流れ】					
	施策	町の魅力を活かした過ごし方やできることの発信					
	重要業績評価指標(KPI)	観光消費額					
	実績値	H26年度(基準値)	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
	R2年度目標値18.7億円	28億円	28億円	53億円	20億円	17億円	16.7億円

事業詳細	
観光地域ブランド・新たな観光スタイルの展開	
目的・内容	散在する有望な観光資源を「諏訪の国」ブランドの統一コンセプトを基に、単市町村でなく、エリアの素材として磨き上げるとともに、土産や食などの他産業等への波及を促すことで、観光地として付加価値を底上げし、観光滞在時間の延長、観光消費額増大を図る。
① 実施状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>○民間事業者の連携体による顧客視点の着地型商品や体験プログラム等の造成と発信                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・みんながつくる！「諏訪の国」プロジェクト！～second stage～</li> <li>地域資源(モノ・コト・ヒト)による地域ブランドの確立と、ターゲットマーケットの開拓を行い、インバウンドを含めた着地型商品や体験プログラム等の造成と発信。広域・自立的観光推進のための核となる組織設立に向けた戦略プランを策定。</li> <li>・日本ユニシスのインバウンド向け事前決済アプリの実証実験の一環として、台湾人若年女性向けモニターツアーを実施。顧客視点の着地型商品や体験プログラムを造成。モニターツアーに参加したインフルエンサーでもある台湾人若年女性たちのSNS(Instagram)を通じ、情報発信を実施。併せてプロモーションビデオを制作し、発信。</li> </ul> </li> <li>○地域の関係事業者と協働した、土産品やサービス等の磨き上げ                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・10/15～17「地域のカコレクション2019」(新宿駅西口広場)</li> <li>諏訪の特産品や地域開発商品の販売、観光PRを行い、話題性と情報を首都圏に発信。</li> <li>・2/5～7 東京インターナショナル・ギフトショー(東京ビッグサイト)</li> <li>諏訪の土産品など試飲・試食ができるカウンターを設置。「諏訪の国」パネルや動画の公開、話題のグランピングコーナーへの出展を実施。</li> </ul> </li> </ul>
効果・成果	観光面を地域一体で推進していく意識の醸成のために「諏訪の国」プロジェクトを実施。これまで行政主導であった観光推進を民間主導へシフトするための、観光事業者同士の連携を軸に推進していく環境整備が強化された。「地域のカコレクション2019」では、最も優れた展開を行ったブースに送られる「プロが選ぶ逸品対象」を受賞。
有望ターゲットへの継続的な情報発信	
目的・内容	①で創出した素材を有望なチャンネルにより発信し、主に大都市圏からの観光誘客等の人の流れを創り出す。
② 実施状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>○旅行会社等との商談や招聘事業の実施による接点の拡大                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・10/24～26「トラベルマート2019」(インテックス大阪)</li> <li>JNTO主催の交流会に諏訪9歳の日本酒コーナーを出展し、海外からの諏訪への興味・関心をひいた。</li> </ul> </li> <li>○「諏訪の国」公式アンバサダーを活用したSNSによる情報発信とフォロワー拡大                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・諏訪地域在住または縁のある方でSNSのフォロワーが1,000人以上の方を諏訪の国公式アンバサダーとして100名認定し、SNSによる情報発信を実施。フォロワーは1,949名。</li> </ul> </li> <li>○海外向けWEBサイト「VisitSUWA」の情報拡充とアクセス向上                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド向けコンテンツ拡充によるアクセス向上や動画コンテンツによる訴求力向上、地域事業者とのコンテンツ提携を実施。</li> </ul> </li> </ul>
効果・成果	SNSで情報発信を実施することにより、これまで課題であった若年女性層への諏訪地域へのイメージ保有を促進した(facebookいいね！数116.9%、フォロワー数120.6%)。また、VisitSUWAのコンテンツ拡充では、インバウンドのニーズに合致するコンテンツをベースとした動画制作により言語の壁を払拭し、効果的な訴求が可能となった。

自律的な地域観光の推進体制・組織の検討	
目的・内容	①②を戦略的、スピード感を持って推進する組織整備のため、現状の観光関係団体、組織、事務局に関する予算・業務・体制を分析。可能な部分は統合等検討し、令和2年度を目標に広域的・自立的観光推進のための核となる組織を計画的に整備する。
③ 実施状況	○地域の多様な事業者が参画し、広域連携につなげるワークショップ(WS)の開催 ・みんながつくる！「諏訪の国」プロジェクト！にて多様な事業者が参画した各種講演やWSの実施による広域連携への意識の醸成。 ○WEBサイトのマネタイズ化に向けた基盤整備 ・WEBの最大の課題である、運用継続に係るコストを解決するためにWEBの自立化を提案。 ○WEBアクセス解析に基づく戦略の策定 ・そもそも諏訪観光連盟に紐づくサイトが多く、有効な運用ができていない現状であったため、サイトユーザーの属性などから課題を再整理。
効果・成果	ワークショップでは、多様な事業者が集まり広域観光促進への前向きな議論が行われ、意識の醸成に繋がったと考えられる。WEBのマネタイズ化に向けた基盤整備については、WEBの在り方、役割の整理から、そういった経費を賄うための基盤整備(主には広告出稿)の提案を受けた。WEBアクセス解析に伴う戦略の策定については、現状のサイト数を考えると大変非効率な運用となってしまうため、今後はSEO対策含め、戦略的な運用を図る。

本事業における重要業績評価指標(KPI)	R1目標値	R1事業終了時実績値	達成状況	状況の説明(未達成、実績値なしの場合、その理由)
諏訪6市町村観光地利用者延数(人)	14,017,000人/年	12,917,600人/年	未達成	数値上は、R1目標値が未達成となっているが、事業詳細に記載のとおり、本年度実施した事業については、観光客数や宿泊者数の増加に即効性のあるものではなく、あくまで諏訪地域が、今後の観光施策を有効に実施していくための基盤整備が主な目的であった。 本年度の事業により諏訪地域の事業者を巻き込んだ意識の醸成、WEB戦略の方向性が定まってきたため、諏訪地方観光連盟と民間事業者が連携・協力し、広域観光の推進に向けて、次年度以降に新たな段階の検討を図っていく。
諏訪6市町村観光地利用者宿泊客数(人)	3,020,600人/年	2,840,700人/年	未達成	
観光地域ブランド「諏訪の国」ロゴ使用申請数(件)	46件/年	17件/年	未達成	
諏訪6市町村観光消費額(千円)	37,897,032千円	35,783,428千円	未達成	

事業効果	③地方創生に効果があった
理由	当町を含む、諏訪圏6市町村の魅力発信と認知度拡大の取り組みとして、諏訪の国公式アンバサダーを活用したSNSによる情報発信とフォロワー拡大を図ることができた。民間事業者の連携体によるインバウンドも含めた顧客視点の着地型商品や地域の体験メニューを造成し、エリア内での滞在時間延長を図るとともに、地域の多様な事業者が参画し、広域連携につなげるワークショップを開催し、広域・自立的観光推進のための展開を推進した。

<事業効果>

- ①地方創生に非常に効果的であった 例:全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合
- ②地方創生に相当程度効果があった 例:一部のKPIが目標値に達成しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合
- ③地方創生に効果があった 例:KPI達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合
- ④地方創生に対して効果がなかった 例:KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言えない場合

今後の方針	⑤事業の終了(当初予定通り事業を終了する(または、した))
今後の方針の内容(発展や改善、見直しの具体的な内容)	諏訪の国ブランドの宣伝効果と認知度向上については、一定の効果があり、更なる事業展開の可能性が期待できる。今後、諏訪の国ブランドを核とした観光客拡大プロジェクトを推進するためには、諏訪の国ブランド認定商品の拡大とブランド認定体制の確立、海外マーケットの獲得を目指すために、効果的な展開方法について有識者などの意見も伺いながら新しい段階の検討を図っていく。

<今後の方針>

- ①事業の継続(計画通りに事業を継続する)
- ②事業の発展(事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる)
- ③事業の改善(事業の効果が不十分であったことから見直し(改善)を行う(または、行った))
- ④事業の中止(継続的な事業実施を予定していたが中止する(または、した))
- ⑤事業の終了(当初予定通り事業を終了する(または、した))

外部有識者からの評価	本事業は総合戦略の重要業績評価指標(KPI)達成に <b>有効であった</b> / 有効とはいえない
外部有識者からの意見	・各市町村で商品化できそうなものを見つけてから事業を始めるべき。 ・諏訪地域6市町村での協力体制の強化が必要。 ・活動そのものが認知されていない。 ・「諏訪の国」というコンセプトについて、もっとわかりやすくPRした方が良い。



事業名	下諏訪町「諏訪湖活用拠点」施設整備計画						
担当課	教育こども課スポーツ振興係	連携自治体	下諏訪町単独事業				
事業の概要・目的	※地方創生拠点整備交付金というハード事業がメインの交付金を活用しています 諏訪湖を活用した水上スポーツの拠点として、ボートやカヌー等の体験型観光プログラムを扱う上での拠点となる施設を整備する。また、整備後は、観光客の滞在時間の拡大や観光消費額の増大を目的とする観光面での活用、地域住民の健康寿命の延伸を図る健康面での活用、大規模災害時に湖上を船で物資や人を搬送するための水上防災拠点としての防災面での活用を推進していく。						
総事業費 ※交付金以外含	207,180,421円	交付金決定額	122,694,000円	交付金充当額 (交付金確定額)	103,590,210円		
経費内容	諏訪湖活用拠点建築工事費		203,371,245円				
	諏訪湖活用拠点建築工事監理費		3,809,176円				
	合計		207,180,421円				
総合戦略での位置付け	基本目標	多様な人材が交流しながら、町の資源や価値などの魅力を創造し、ビジョンを共有することで、人口の社会増への転換を実現する【人の流れ】					
	施策	町の魅力を活かした過ごし方やできることの発信					
	重要業績評価指標(KPI)	観光消費額					
	実績値 R2年度目標値 18.7億円	H26年度(基準値)	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
	28億円	28億円	53億円	20億円	17億円	16.7億円	

事業詳細		
①	目的・内容	諏訪湖活用拠点(水上防災拠点・艇庫)の建設
	実施状況	令和元年6月7日に工事着手し、既存公衆トイレ及び駐車場アスファルト舗装の解体除去後、8月から杭打ち等の基礎工事等に入った。東京オリンピック・パラリンピックに関連した各種工事や災害復興に関する工事などの影響で、鉄骨や高力ボルトの品不足が起き、工期内の完成ができるか心配されたが、施工した共同企業体の努力もあり、予定どおり令和2年3月25日に完成した。
	効果・成果	令和元年度は拠点施設となる諏訪湖活用拠点(水上防災拠点・艇庫)の建設のみの予定であり、本施設を活用した事業の実施については令和2年度からとなる。
②	目的・内容	
	実施状況	
	効果・成果	
③	目的・内容	
	実施状況	
	効果・成果	

本事業における重要業績評価指標(KPI)	R1目標値	R1事業終了時実績値	達成状況	状況の説明(未達成、実績値なしの場合、その理由)
諏訪湖で行うことができる体験プログラムの参加者数	0人/年	0	実績値なし	令和元年度は拠点施設の建設のみを予定しており、具体的な事業実施は次年度以降となる。
ボート体験をチームビルディングに活用する企業研修の参加者数	0人/年	0	実績値なし	同上
拠点を活用した増進教室の参加者数	0人/年	0	実績値なし	同上

事業効果	③地方創生に効果があった
理由	今後の諏訪湖活用事業の展開に向け、拠点となる施設が完成した。KPI達成に向けた事業展開は令和2年度以降となるが、拠点施設の完成は、事業展開のほか、地域のスポーツ振興などの観点から見ても効果があったものとする。

<事業効果>

- ①地方創生に非常に効果的であった 例:全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合
- ②地方創生に相当程度効果があった 例:一部のKPIが目標値に達成しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合
- ③地方創生に効果があった 例:KPI達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合
- ④地方創生に対して効果がなかった 例:KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言えないような場合

今後の方針	①事業の継続(計画通りに事業を継続する)
今後の方針の内容(発展や改善、見直しの具体的な内容)	今年度は拠点施設の建設のみであったため、本格的なソフト事業の展開は次年度以降となる。まずは計画通りに事業を展開し、効果を見ながら、KPI達成＝地方創生へとつなげていきたい。

<今後の方針>

- ①事業の継続(計画通りに事業を継続する)
- ②事業の発展(事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる)
- ③事業の改善(事業の効果が不十分であったことから見直し(改善)を行う(または、行った))
- ④事業の中止(継続的な事業実施を予定していたが中止する(または、した))
- ⑤事業の終了(当初予定通り事業を終了する(または、した))

外部有識者からの評価	本事業は総合戦略の重要業績評価指標(KPI)達成に有効であった / 有効とはいえない
外部有識者からの意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・町の景色として非常に良い。盛んに利活用され、町民が誇りに思える施設になるとよい。</li> <li>・今後の活用に期待したい。</li> <li>・周辺に飲食、物販等の民間事業者を呼び込んで、にぎわいを創出するべき。</li> <li>・素晴らしい施設が完成した。気軽にボートを体験できる場を常設してもよい。</li> </ul>

# 事業No. 5 下諏訪町「諏訪湖活用拠点」施設整備計画 (下諏訪町単独事業)



(完成の様子)



(完成の様子(内観))



(完成の様子)



(完成記念式典の様子)